

Андрей Леонидович
Дмитровский

Методика и архитектуроника медиаисследования

Учебно-методическое
пособие для студентов,
аспирантов
и исследователей медиа

Андрей Дмитриовский

**Методика и архитектоника
медиаисследования. Учебно-
методическое пособие
для студентов, аспирантов
и исследователей медиа**

«Издательские решения»

Дмитровский А. Л.

Методика и архитектура медиаисследования. Учебно-методическое пособие для студентов, аспирантов и исследователей медиа / А. Л. Дмитриевский — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-935805-9

В учебном пособии рассматриваются методические проблемы теории журналистики. В первой части ставится вопрос об Общей теории журналистики — её предмете, объекте, месте среди других социально-коммуникационных наук. Во второй и третьей частях работы подробно описывается методика проведения конкретного исследования: от выбора темы до оформления и презентации готового текста. Рассчитано на студентов и аспирантов факультетов журналистики, а также всех интересующихся проблемами и сущностью журналистики.

ISBN 978-5-44-935805-9

© Дмитриевский А. Л.
© Издательские решения

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	6
Часть 1. СИСТЕМА СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫХ НАУК И ЖУРНАЛИСТИКА	7
Конец ознакомительного фрагмента.	15

**Методика и архитектура
медиаисследования
Учебно-методическое пособие
для студентов, аспирантов
и исследователей медиа**

Андрей Леонидович Дмитриевский

Корректор Татьяна Викторовна Дмитриевская

© Андрей Леонидович Дмитриевский, 2018

ISBN 978-5-4493-5805-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

ВВЕДЕНИЕ

Наука – сфера человеческой деятельности, функцией которой является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности.

Выделяют три основных аспекта («ипостаси») науки:

– науку как социальный институт (сообщество учёных; совокупность научно-исследовательских институтов);

– науку как процесс (научная деятельность);

– науку как результат (научные знания; в идеале – Знание).

То же можно сказать и о журналистике.

Журналистика – сфера человеческой (общественной, социальной) деятельности, функцией которой является устранение избыточных мнений и формирование единого мировоззрения масс.

В ней также можно выделить три ипостаси:

– журналистику как социальный институт (представляет собой медиасистему);

– журналистику как процесс – оперативную массовую общественную рефлексию (ОМОР);

– журналистику как результат: развитое общественное сознание и его имманентный «индикатор» (выразитель) – общественное мнение.

Следовательно, говоря о серьёзном научном подходе к исследованию и пониманию журналистики, следует вести речь об Общей теории (метатеории, философии) журналистики, и – далее – определении её статуса как научной дисциплины среди других социально-коммуникационных наук.

Для этого необходимо решить три задачи:

– рассмотреть систему социально-коммуникативных наук в целом и определить место среди них Общей теории журналистики в частности;

– представить систему методов (методологию) исследования медиа;

– дать общую характеристику конкретной метатеории журналистики – Экзистенциальной теории журналистики (ЭТЖ).

Решению первой задачи и посвящено данное учебно-методическое пособие.

Часть 1. СИСТЕМА СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫХ НАУК И ЖУРНАЛИСТИКА

1.1. Систематизация наук по их онтологическим объектам

А.В.Соколов в «Общей теории социальной коммуникации» [Соколов: 441—442] даёт наиболее полную и чёткую систематизацию наук по их онтологическим объектам (возникших естественным путём в ходе антропогенеза самостоятельным, но взаимосвязанным «мирам»). Эти четыре объекта («мира») обусловили формирование четырёх комплексов научного знания:

1) X – природа, данная нам в ощущениях и, соответственно, **комплекс естественных наук (естествознание)**; очевидно, что такие науки как физика, химия, биология, астрономия и другие, имея общий онтологический объект различаются именно по предмету познания и в свою очередь делятся на более конкретные дисциплины, образуя *циклы* химических, физических и т. д. наук.

2) Y – умозраительно постигаемые смыслы и **комплекс умозраительнообобщающих наук**; обобщающие науки оперируют дематериализованными смыслами, не привязанными к чувственно воспринимаемым явлениям и вещам. Здесь выделяется три научных цикла: философия, богословие и математика.

3) I – личностный психологический мир и **комплекс человековедческих наук**; здесь предметом служат различные грани человеческой личности. Циклы наук: психология личности, педагогика, валеология («общая теория здоровья»), акмеология (феноменология развития человека: от «акме» – «вершина», [*в смысле «вершина зрелости»*]), психиатрия, геронтология, педиатрия. (Особенно богатым источником познания человек выступает также для *искусства*)

4) S – социальная реальность и обширный **комплекс обществоведческих наук**. Научные циклы: экономика, политика, социология, социальная психология, история, этика и мораль, юриспруденция, эстетика и искусствоведение, филология, журналистика [*медиалогия*], литературоведение, лингвистика и другие.

Помимо вышеперечисленных комплексов, А.В.Соколов выделяет три *подкомплекса*, образующиеся на стыке основных наук и имеющие интегральный характер. К таковым он относит:

1) IX – **биогуманитарный подкомплекс**, интерес которого сосредоточен на гранях соприкосновения естественной природы и личностной субъективной реальности (медицина, физиология, этнопсихология, психогенетика и другие, например, биологическая антропология, изучающая биологическую эволюцию хомо сапиенс);

2) IS – **культуроведческий подкомплекс**: науки, объектом которых выступает взаимодействие и взаимосвязи личности и общества (культурология, её история и социология, семиотика, теория массовой коммуникации, археология, библиотековедение и другие);

3) SX – **подкомплекс технических наук**, нацеленных на преобразование природы в интересах общества (автоматика, информатика и вычислительная техника, радио и телевизионная техника, телефония и телеграфия, полиграфия, радиолокация и радионавигация и т.д.).

Завершив классификацию, автор справедливо отмечает: «С развитием научного познания <...> проблематика социальной коммуникации начинает занимать всё более значительное место в предметах обществоведческих, человековедческих наук и соответствующих подкомплексах интегральных стыковых наук. Более того, есть основания считать некоторые из научных дисциплин **социально-коммуникационными** науками по существу, ибо они изучают

не что иное, как различные грани коммуникационной деятельности, разновидности коммуникационных каналов и социально-коммуникационных институтов» [Соколов: 443]. Закономерно, что современными философами отмечается *приоритет коммуникационной проблематики* в западной философии второй половины XX века, обусловленный тем, что функция самой философии осмысливается не как горделивое навязывание людям абстрактных сверхистин, а как осмысление общих принципов человеческого бытия, как роль посредника, который бы взялся обеспечить сотрудничество между разными, обособленными ныне, формами познания – наукой, религией, философией, медиа, мифологией, политикой, искусством, моралью.

А всякое сотрудничество есть коммуникация.

Для нас это справедливо и по другим причинам. За последние 20—30 лет Россия проделала огромный путь от жёсткого административно-командного общества к обществу демократическому, информационному: при этом медиа в нашей стране стали очевидным «интегратором» социальной модернизации. Результат – формирование полноценной медиасреды – своего рода «транзита» к построению открытого информационного (сетевое) общества будущего («Нейромира»). Общества, где информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) будут играть ключевую роль, а различные формы духовного общения и социальной коммуникации станут основой трудовой деятельности людей.

С другой стороны, медиасреда сегодня представляет собой сложнейшую структуру – как вертикальную: взаимовложенность медиасреды «глобальной», общероссийской и региональной, – так и горизонтальную: телевидение (эфирное, кабельное, спутниковое), печать, кино и видео, DVD, сотовую связь, различные мессенджеры, компьютерные каналы и Интернет. То есть сама медиасреда требует осмысления, поскольку являет миру огромный и сложный организм, включающий в себя массу компонентов, ответственных за социализацию человека: социальные институты, массовое и общественное сознание, духовную и материальную культуру, экономику...

В-третьих, автор «Энциклопедического словаря СМИ» А.А.Князев отмечает: «Важным аспектом любой отрасли научного познания является определение ее понятийного и терминологического аппарата. В этимологическом отношении **терминология коммуникативистики строится на исходных понятиях, заимствованных из аппарата теории журналистики, информатики, кибернетики, компьютерного программирования, социологии, литературоведения и лингвистики, а также понятиях, сложившихся в современной массмедийной сфере. Коммуникативистика в значительной мере вырастает именно из журналистики** <...>» [выделено нами. – А.Д.]. [Князев: <http://evartist.narod.ru/text16/069.htm>].

Журналистика сегодня представляет собой бурно развивающуюся отрасль: к традиционной триаде печать-телевидение-радио добавилась ещё одна, как минимум, ветвь – on-line-журналистика. Осваивая громадные площади социального пространства, последняя производит массу неизвестных ни широкой публике, ни даже профессиональным журналистам терминов и дефиниций, что зачастую мешает нормальному взаимодействию как внутри круга специалистов различных СМИ, так и в целом общению СМК с широкой публикой. Подобное взаимопроникновение различных разновидностей СМИ (традиционных через on-line-версии в Интернет, а материалов on-line журналистики в печать и эфир традиционных и жанрово устоявшихся СМИ) ставит остро вопрос уточнения, систематизации дефиниций и, соответственно, проблему выработки и овладения специалистами унифицированным понятийно-терминологическим аппаратом.

В новом обществе, основанном на ИКТ, информация и коммуникативные процессы занимают главенствующее положение: нашей глобальной цивилизации некуда больше развиваться, как только «внутрь», в «виртуал», «гиперпространство», то есть в сферу медиа. Инфо-

сфера, медиaprостранство единственная сегодня «территория», среда, где свободно могут взаимодействовать отдельные люди, социальные общности, власть и бизнес. На повестке дня – рождение новых наук: речь идёт, например, о *медиалогии*, призванной по словам её апологетов дать систематическое знание о медиальности и современной медиакультуре, или *медиаобразовании* (*медиапедагогике*), призванной научить современного человека справляться с потоками медиавоздействия и манипулирования. Широкое признание получили *коммуникативистика* и *медиафилософия*.

Можно, наверное, действительно утверждать, что мы до конца не осознаем, что живем в новой цивилизации, основу которой составляют «цифра», «информация», «коммуникация». Мало кто даже десять лет назад мог предсказать роль сети Интернет, не просто объединившей мир в глобальную деревню, но начавшую активно формировать новую философию и новое «ноосферное» сознание (например, «сетевое некоммунизма» – всепланетного сообщества, основанного на роботизации производства, справедливом распределении ресурсов, экологичности промышленности и реальном гуманизме).

Правда, эта же «цивилизация медиа» породила и невиданные доселе проблемы: чего стоит, например, её «принудительно-коммуникативный» характер, когда эталоном служат жизнерадостные, отчасти бесцеремонные гипер-общительные персонажи, «всегда готовые» исполнить любую социальную роль (работника, члена семьи и т.д.). При подключённости через коммуникаторы к миру 24 часа в сутки, у людей хронически не хватает времени на уединение, на коммуникацию с самим собой, на тишину, на то, чтобы позаботиться о себе, о своём личностном росте (духовном, а не карьерном) и саморазвитии.

Угроза есть и для культурных сообществ и даже для отдельных цивилизаций – например, актуальна задача сохранить идентичность «русского мира», не потерять себя. В том числе (и особенно) в рамках общемировой тенденции к глобализации и унификации культур. Не зря Мануэль Кастельс говорит о том, что современный социум структурируется (конструируется элитами) иначе, чем ещё пятьдесят-сто лет назад: в рамках биполярной оппозиции между Сетью и «Я», в рамках выбора между жёстким принципом «универсального инструментализма» и поиском «идентичности», коллективной или индивидуальной (то есть традиционными «скрепами», мировоззренческими кодами – Бог, государство, семья, нация).

Несколько десятилетий назад мы уже столкнулись с подобными явлениями в методологии журналистики, когда «нормативные теории» западного образца смели традиционные представления о журналистике, выработанные советскими теоретиками. Сегодня наметилась положительная тенденция к девестернизации научных теорий, концепций и доктрин. Нам действительно нужна новая, современная, индигенная общая (мета-) теория журналистики.

1.2. Объект и предмет общей теории журналистики

Прежде чем говорить о метатеории журналистики, определимся с понятием самой журналистики. **Журналистика есть коммуникативноинтегрирующая деятельность, направленная на формирование, поддержание и развитие общественного сознания и его имманентного выразителя – общественного мнения.** Говоря проще – журналистика это поддержание единства общества через культивирование общественного сознания. Но способствуют интеграции общества и другие социальные институты, в том числе, и воздействуя на массовое и общественное сознание. Следовательно, необходимо ответить на вопрос об объекте и предмете общей теории журналистики.

С точки зрения методологии науки, под *объектом* познания понимают явления внешнего мира (как материального, так и нематериального), существующие вне нас и независимо от нашего знания о ней. Как правило, мы имеем об объекте лишь ограниченные знания: их хватает чтобы назвать объект, перечислить его внешние отличительные признаки и начать

в принципе бесконечное его изучение. Понятно, что объекты обладают различным масштабом, но говоря об окружающем нас мире философия выделяет четыре важнейших: Природа, Общество, Человек и Мир разума. Как мы убедились выше, охватить подобный онтологический объект – во всех его многообразных связях и отношениях, бесчисленных свойствах и аспектах – невозможно ни одной науке. Поэтому познающая мысль выделяет для рассмотрения одну или несколько граней – *предметов* познания.

Важно отметить, что предмет познания выбирается исследователем не произвольно, а в зависимости от научных установок, персональной исследовательской парадигмы и даже личной этики последнего¹. Кроме того, предмет познания не существует в самой объективной действительности (познаваемом объекте), но является продуктом деятельности сознания познающего субъекта. И формируется путём абстрактного мышления исследователя в соответствии с традициями и методологией данной науки (учения, теории или парадигмы).

Таким образом, изучающие один и тот же объект науки различаются по своему предмету: и раз всякий объект содержит в себе бесконечное количество граней, возможно сформулировать сколь угодно много предметов для всё новых и новых наук. Так, общество изучается социологией, политологией, экономикой, этнологией и археологией, филологией, этикой, социальной философией, языкознанием и социальной психологией... Список можно продолжить. Факт в том, что различен предмет каждой из них (несмотря на один и тот же объект).

Человеческое общество выступает **объектом** познания и в общей теории журналистики (метатеории журналистики).

Американский социолог и философ Толкотт Парсонс, разбирая структуру современного общества, убедительно доказал наличие четырёх основных институтов, поддерживающих существование социального организма (человеческого сообщества): экономики (ответчающего за адаптацию к среде обитания), политики (ответчающего за целеполагание), культуры (ответственного за воспроизводство) и четвёртого, отвечающего за интеграцию общества, сохранение его целостности, обозначенного им неопределённым термином «социетальная система». То есть «системы мотивов и стандартов поведения людей», сохраняющих «нормативный порядок»: устойчивый комплекс правил, норм, установок, регулирующих человеческое поведение и преобразующих его в систему ролей и статусов. По нашему мнению речь идёт непосредственно о журналистике, поскольку именно она и выступает механизмом институализации «образцов ценностных ориентаций». То есть, говоря проще, выступает механизмом (системой) внедрения в массовое сознание того или иного мировоззрения (совокупности ценностей, норм и оценок происходящего вокруг) с целью системного и осмысленного влияния на поведение и сознание масс.

Следовательно, определив журналистику как **«коммуникативноинтегрирующий социокультурный феномен, являющий себя в общественном сознании (и его имманентном атрибуте (продукте, результате) – общественном мнении)»**, мы описали **объект** метатеории журналистики, поскольку он существует в реальной социальной действительности независимо от других наук. Коллективный разум, коллективное сознание (позже массовое и общественное) и неотъемлемое от него коллективное поведение (позже – общественное мнение и социальное действие) возникли естественным путём в ходе антропогенеза (становления и развития человечества) и являются онтологически объективным феноменом.

Что же представляет собой предмет Общей теории журналистики?

С точки зрения методологии науки, метатеория (общая теория чеголибо) выступает *обобщающей* теорией, сводящей знания различных отдельных дисциплин (не способных самостоятельно объяснить отражаемый метатеорией объект – в данном случае, журналистику) в единое целое. Другими словами, метатеория занимает центральное и главенствующее место в системе

¹ Прохоров Е. П. Исследуя журналистику. М.: РИП-Холдинг, 2005. СС. 21—35

частных социально-коммуникативных дисциплин так или иначе затрагивающих (исследующих) её (метатеории) онтологический объект: общественное сознание и его неотъемлемый атрибут – общественное мнение.

Следовательно, **предметом** общей теории журналистики служит не конкретное исследование разнообразных явлений и аспектов функционирования общественного сознания (и связанного с ним общественного мнения), а **знания о феномене общественного сознания (во всех его проявлениях и аспектах), добытые другими науками и частными дисциплинами.**

1.3. Общая теория журналистики и система социально-коммуникационных наук

Какие же науки и социально-гуманитарные (дисциплинарные) направления могут быть использованы, чтобы получить на «пересечении» их предметных полей цельное, интегративное (междисциплинарное) знание о журналистике, которое позволило бы, по мнению, например, профессора В.А.Сидорова, «взглянуть на журналистику как на общее для всех нас объективное свойство общественной жизни, которое в своём значении и своей практике гораздо шире экономических, социологических или политических выкладок»²?

Прежде всего, ни в коем случае нельзя отказываться от богатого наследия тех наук, что традиционно применялись для изучения журналистской практики, например, **социологии**. Однако, понимая под журналистикой достаточно узкий «круг вопросов практического характера» (некую «прикладную деятельность» и не более того), социологическая мысль фактически тратит свою мощь впустую, ограничиваясь практическим и эмпирическим уровнями медиаисследований. Характерный пример: в предисловии ко второму изданию своего большого труда «Социология СМИ» (2012 г.), И. Д. Фомичёва отмечает две причины, почему содержание данной книги (как и других авторов) не меняется:

«Первая: за четыре года, прошедших со времени выхода в свет 1-го издания, революционных перемен в науках о СМИ не произошло. В основном некоторые теоретические положения пришлось связать с набравшими силу в мире и в России новыми медиа, прежде всего Интернетом.

Вторая: не вина, а беда автора и его коллег то, что в научный обиход за несколько прошедших лет не вошёл новый корпус эмпирических данных и выводов. Увы! По-прежнему доминируют рейтинговые исследования – индустриальные медиаизмерения»³. Это вполне объяснимо, поскольку и сама «общая социология» находится в критическом состоянии: философ Андрей Фурсов в многочисленных лекциях убедительно говорит о том, что кризис социологии (как и политологии) связан с демонтажом современным финансовым капиталом традиционного буржуазного общества (элита – средний класс – маргиналы), для исследований которого и разрабатывались данные науки.

Тем не менее, социология журналистики, при её «подстройке» к современным тенденциям, вполне может обеспечить ОТЖ базовыми знаниями об обществе, истории его развития, современных социальных тенденциях, процессах трансформации личности и т. д. Богатый практический инструментарий исследования действительности вполне пригодится не только учёному – исследователю медиа, но и непосредственно журналистам в их повседневной работе.

² Сидоров В. А. Динамика мира и журналистики: как в теории связать нити? // Социально-политическое функционирование журналистики: матер. Секции «Журналистика в мире политики» Дней петербургской философии / ред.-сост. В.А.Сидоров. – СПб., 2005. – С. 132.

³ Фомичёва И. Д. Социология СМИ: Учеб. Пособие для студентов вузов / И.Д.Фомичёва. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 5.ë

Кроме того, сегодня остро стоит сверхзадача самоопределения общей теории журналистики (ОТЖ). Для подобного самоопределения ОТЖ необходимо ответить на ряд важнейших философских вопросов: о своей сущности (онтологический уровень), о своих предмете и объекте (гносеологический уровень), о собственных методике и методологии познания и анализа социальной реальности (методологический уровень), обратить, наконец, внимание на ключевой вопрос метатеории журналистики – проблему человека (антропологический подход), ну и затем уже разобраться в ценностно-этических аспектах журналистской работы (аксиологический и деонтологический уровни). Ясно, что без опыта социологов здесь не обойтись.

Следующая важнейшая дисциплина – **психология** журналистики. Методологи науки отмечают, что метатеории не обойтись без центральной категории, вокруг которой (и от которой) будет отстроен весь её будущий категориально-терминологический аппарат. Анализируя эту проблему, М.Н.Ким, например, предложил категорию «деятельности» и соответствующий ей «деятельностный подход». Однако такой подход был справедливо подвержен сомнению, поскольку журналистика гораздо шире какой-либо конкретной деятельности и включает в себя трудноисчислимый массив разнокачественных деятельностей – творческих, коммуникативных, социальных и профессиональных и т. п.

Придерживаясь философско-антропологического подхода к пониманию журналистики, мы предлагаем категорию «личности» как квинтэссенции явленности «чистой» экзистенции человеческого бытия в мир. Как индивидуально-неповторимого бытия отдельного индивида (журналиста, героя), так и бытия личности коллективной – общественного сознания («читателя»): организованной (структурированной) и связанной через единое мировоззрение совокупности читателей-зрителей-пользователей.

Фактически речь идёт об «антропологическом треугольнике»:

– автор-журналист («навигатор»)

– герой («лидер мнений», «культурный образец»)

– читатель («конформист», «грамотный потребитель»), тесно взаимосвязанном через решение так называемой «этической дилеммы» (или их совокупности – «общественной проблематики») – ситуации экзистенциального выбора, когда решение «познавательной задачи» осуществляется через выбор того или иного, как правило, антагонистического морального принципа («казнить нельзя помиловать»). Яркий пример – «Кемеровская трагедия»: уже через несколько часов мнения пользователей соцсетей поляризовались на сторонников официальной «случайной» версии событий и критиков «путинского режима» (правозащитники, пятая колонна).

При этом Читатель в журналистике всегда не столько отдельная персональная личность, сколько личность собирательная (отчасти массовая), коллективная: не вдаваясь в сложные объяснения – представитель общественного сознания, а в идеале – супераудитории.

Также практически неизученным остаётся сам журналист: например, профессиограмма включает в себя достаточно формальный и случайный набор качеств – лидерство, интеллигентность, общительность, широкий кругозор, эрудицию, достаточный уровень активности поведения, артистизм; а также профессионально важные качества: коммуникабельность, бесконфликтность, стрессоустойчивость, активность, тактичность, наблюдательность, настойчивость в достижении цели, прекрасную память, вежливость, внимание, развитость аналитического и образного мышления, креативность, принципиальность, высокую общую культуру, выносливость (физическую и моральную), лидерские качества, способность воспринимать и перерабатывать большие объёмы информации⁴.

⁴ Журналист: профессиограмма / Центр. районная б-ка, методико-библиографический отдел; сост. Н. А. Верютина. – Бирюч: ЦРБ, 2012.

С точки зрения психологии личности данный и подобные ему номенклатуры качеств никак объяснить нельзя, поскольку строятся они по принципу «всё включено»⁵, а не на основании конкретной модели личности журналиста⁶. Как видим, для психологических исследований феноменов массмедиа (как массовых, так и личностных) открыто широчайшее поле возможностей. В частности, в задачи **медиапсихологии** входит изучение поведения личности под воздействием средств индивидуальной и массовой коммуникации, а также анализ влияния медиасреды на развитие и становление личности и психологическое самочувствие человека. Так, анализируя разнокачественное влияние на современных подростков телевидения и Интернета, московские исследователи Е. И. Пронин и Е. Е. Пронина, отмечают:

«По-видимому, определяющее значение имеют не столько сами по себе цифровые технологии и современные СМИ, сколько те формы мышления и массовой коммуникации, которые они формируют. Примечательно, что стремление к независимости и самодетерминации теснее связаны с участием в социальных сетях и активным взаимодействием с другими пользователями, чем с простым поиском информации в Интернете». – И добавляют: «До сих пор эти феномены не становились предметом серьезного научного осмысления. Дело ограничивалось более или менее смелыми догадками, слухами и многозначительной недосказанностью, а время от времени возникавшие в СМИ сенсации раскачивали маятник эмоций от страха к надежде, от воодушевления к мрачному пессимизму. <...> Но для большинства это были лишь частные, локальные феномены, которые не влияли на сложившуюся систему понятий и структуру знания»⁷.

Учитывая нарастающую в геометрической прогрессии медиатизацию общества, можно уверенно утверждать: основой будущей ОТЖ должна стать именно категория личности – как индивидуальная («Человек»), так и массовая, коллективная («Общность»): их адаптация (бытие) в постоянно меняющейся реальности, самоидентичность в мультикультурном мире и обретение жизненных смыслов в условиях «медиаальности» как новой реалии. Надо отметить, что данный «фазовый переход» – от привычной тысячелетней «реальной реальности» к едва только осознаваемому состоянию «гиперреальности» («глобальному цифровому пространству», «медиареальности», «виртуальности»), привёл к кардинальным, парадигмальным сдвигам в структуре и самоорганизации общества. Рассуждая о «кристаллизации» новой парадигмы, исследователи писали:

«Речь шла в том числе о смене парадигм науки – смене, равноценной переходу от ньютоновской физики к квантовой механике и от линейного детерминизма к нелинейной причинности. И подобно тому, как феномен квантовой нелокальности привел к рождению физики элементарных частиц и волновой теории, так феномены цифровой эры стали точкой «кристаллизации» новой парадигмы в психологии, теории журналистики, массовой коммуникации. Перед наукой возник новый Эверест – проблема *психической* нелокальности»⁸. Это порождает отношения «дополнительности и взаимосвязанности» двух ипостасей психики, их коэволюцию и самоусложнение. Это ставит перед медиапсихологией ряд сложных задач, связанных с выра-

⁵ Неудивительно поэтому иногда удивительные пассажи уважаемых теоретиков журнализма, наподобие утверждения, будто глубинный смысл «гнезда понятий», связанных с журналистской профессией, журнализмом, это информаторство, медиаторство, коммуникаторство, вестовщичество, ораторство, ведовство, прорицательство... в результате теряется как суть журналистики, так и возможность её теории.

⁶ Дмитриевский А. Л. Философско-антропологический подход и модель личности журналиста // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofsko-antropologicheskii-podhod-i-model-lichnosti-zhurnalista> (дата обращения: 28.03.2018); Дмитриевский А. Л. СМЫСЛ ТВОРЧЕСТВА И КРИТЕРИИ МАСТЕРСТВА В ЖУРНАЛИСТИКЕ (философско-антропологический подход) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smysl-tvorchestva-i-kriterii-masterstva-vzhurnalistike-filosofsko-antropologicheskii-podhod> (дата обращения: 28.03.2018).

⁷ Пронин Е. И., Пронина Е. Е. Медиапсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека // Общественные науки и современность. 2013, №2. С. 153. ⁸ Там же.

боткой нового языка и новых способов осмысления окружающей действительности. Возможным решением этой проблемы может стать эссеизм как универсальный способ осмысления мира, как относительно новый вид философской рефлексии «вне концепций и систем».

Тесно связана с социологией и психологией массовой коммуникации и **политология**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.